

Студенты ИСИ победители конкурса «ArtVision» с проектами по сохранению объектов культурного наследия

Разработка фирменного стиля



Студенты третьего курса Высшей школы дизайна и архитектуры Инженерно-строительного института, обучающиеся по программам «Информационный дизайн» и «Графический дизайн», стали лауреатами I, II и III степеней Всероссийского конкурса «ArtVision», прошедшего в Нижнем Новгороде. Конкурс объединил лучшие студенческие проектно-исследовательские и творческие работы, представленные широкой профессиональной аудиторией, включая экспертов в области искусства и дизайна.

Конкурс «ArtVision» направлен на стимулирование инновационной активности и поддержку перспективных научно-образовательных и творческих проектов, способствующих развитию системы образования, науки и культуры.

Лауреатами конкурса стали Екатерина Павлова, Илана Смирнова, Екатерина Тощева, Анна Виноградская, Варвара Федосеева, Мария Водолеева, Елизавета Громова, Элина Давлетшина и Ксения Заболотная. Работы были выполнены под руководством старшего преподавателя ВШДиА ИСИ Марии Илларионовой.



В рамках конкурса студенты разработали проекты фирменного стиля для объектов культурного наследия — дачи Львовой и дачи Каннегисера. Оба объекта являются значимыми памятниками деревянной архитектуры, отражающими художественные и исторические особенности своей эпохи и представляющими ценность для культурного пространства города.

Проекты включали комплексную разработку визуальной идентичности: анализ исторического контекста и архитектурных особенностей зданий, формирование концепции айдентики, создание логотипов, цветовых и графических решений, а также примеры их применения в навигации, полиграфии и цифровой среде. Особое внимание студенты уделили поиску баланса между сохранением исторического наследия и современным визуальным языком, актуальным для популяризации культурных объектов среди широкой аудитории.

«Победа студентов Высшей школы дизайна и архитектуры подтверждает высокий уровень их профессиональной подготовки и умение работать с задачами, требующими аналитического подхода, культурной ответственности и современного дизайнерского мышления»

— отметила Мария Валерьевна.



22



23

Логотип

Основные принципы айдентики

Айдентика бренда строится на двух ключевых визуальных концептах:

- Природные мотивы (органичность, экологичность, естественность)
- Уют (теплота, камерность, гармония)

Эти принципы транслируются через:

- Форму — мягкие, плавные линии, скруглённые углы, "ручная" стилизация.
- Цвет — натуральная палитра (зелёные, древесные, терракотовые оттенки).
- Композицию — баланс между простотой и детализацией, акцент на природных элементах.



Мини-отель
УЛЬОВОЙ



Мини-отель
УЛЬОВОЙ

19



21